



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

**PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA VOLUNTÁRIA – PICVOL**

**ECONOMIA CRIATIVA E EMPREENDEDORISMO CULTURAL:  
CONTEXTUALIZANDO AS CONDIÇÕES DO TRABALHO CULTURAL**

Área do conhecimento: Economia

Especialidade do conhecimento: Economia Política da Comunicação e da Cultura

Relatório Final

Período da bolsa: de 03/2018 a 07/2018

Este projeto é desenvolvido com bolsa de iniciação científica

PICVOL

Orientador: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Verlane Aragão Santos  
Autor: Hanne Silva Oliveira



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

## **SUMÁRIO**

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>6</b>
<b>2. OBJETIVOS .....</b>	<b>7</b>
<b>3. METODOLOGIA.....</b>	<b>8</b>
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>8</b>
<b>5. CONCLUSÕES.....</b>	<b>174</b>
<b>6. PERSPECTIVAS.....</b>	<b>185</b>
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>185</b>
<b>8. OUTRAS ATIVIDADES .....</b>	<b>18</b>



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

## **1. INTRODUÇÃO**

Na busca por desenvolvimento, crescimento econômico e inovação, as indústrias criativas constituem, segundo perspectiva hegemônica corrente, um setor da economia capaz de, usando a cultura como recurso, gerar tais benefícios.

Nas palavras de Braga (2015, p. 219), “a cultura é hoje um recurso que gera e atrai investimentos, cuja distribuição e utilização mostram-se como fonte inesgotável para as indústrias culturais e as novas indústrias dependentes da propriedade intelectual”.

É notável a disseminação dessa perspectiva, conseqüentemente, também da necessidade de maior expansão e desenvolvimento das indústrias criativas, sendo isso a meta e a solução encontrada por muitos países para suas economias. Nesse cenário em que a cultura adotou um papel de produto, o trabalhador cultural igualmente desempenha um “novo” papel, de mão de obra que abastece essas indústrias.

Logo, as relações de trabalho e produção do trabalhador cultural, no decorrer do tempo, têm sofrido uma reestruturação. Ao atentar para esse processo histórico, vê-se que, desde o começo do século XX, com o surgimento do fonograma, houve uma completa transformação no modo de se produzir, ouvir e difundir a música, por exemplo. Conforme mostra Jacques Attali, em seu livro *Noise: The Political Economy of Music*, quando ocorre a passagem para a fase da repetição, a música é convertida em mercadoria nos moldes do capitalismo.

Soma-se a essas transformações o incentivo ao empreendedorismo cultural como meio de geração de renda, onde o trabalhador cultural, em sua autonomia e autossuficiência, passa a exercer múltiplas funções, adequando-se ao contexto do mercado, não sendo mais somente um fator de produção, mas passando a ser encarado como um capital competitivo.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

É nesse contexto que atua a Economia Política da Comunicação e da Cultura (EPC), desenvolvida para estudar as transformações do campo cultural. Por meio dela é analisada a subsunção do trabalho cultural/intelectual na realidade do capitalismo monopolista (contemporâneo), em que este passa a ser considerado como necessário ao desenvolvimento econômico. De modo que a cultura exerce a função de ativo econômico, sendo chamada de vetor do desenvolvimento, “o trinômio inovação-criatividade-empreendedorismo migra do campo discursivo específico do setor empresarial e invade o setor cultural” (BRAGA, 2015, p. 220).

O presente plano, atrelado ao projeto de pesquisa *Trabalho, cultura e criatividade: autonomia/heteronomia dos "empreendedores da música"*, é um desdobramento do estudo desenvolvido no PIBIC 2016/2017 e se propõe a acompanhar as discussões acerca da temática da Economia Criativa e Empreendedorismo Cultural, expressões cada vez mais presentes no vocabulário do trabalhador cultural, além de adotadas e proliferadas por instituições de Estado e privadas, buscando também inserir a crítica da Economia Política da Comunicação e da Cultura nesse debate.

## **2. OBJETIVOS**

O presente plano de trabalho objetiva acompanhar as discussões sobre as temáticas da Economia criativa e empreendedorismo cultural, acompanhando os documentos oficiais de entidades supranacionais, do Estado e privadas.

### **a. Objetivos específicos:**

- Ampliar o levantamento e a discussão sobre o trabalho cultural, a partir do estudo desenvolvido no PIBIC 2016/2017;



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

- Realizar revisão de literatura sobre as expressões "economia criativa/indústrias criativas" e "empreendedorismo cultural", incorporando a crítica da Economia Política da Comunicação e da Cultura";
- Levantar e sistematizar informações presentes em documentos oficiais de instituições supranacionais, de Estado e privadas sobre as temáticas elegidas.

### **3. METODOLOGIA**

Para a realização desse plano de trabalho, o qual dá segmento a estudos anteriores, inicialmente houve a apropriação dos resultados da pesquisa PIBIC 2016/2017. Concomitantemente foi realizada uma revisão de literatura e um levantamento de novas bibliografias, que pudessem agregar conteúdo para discussão do objeto da pesquisa.

Após essas etapas, foram realizados o levantamento e a sistematização das informações obtidas por meio de documentos oficiais sobre as temáticas da economia criativa e do empreendedorismo cultural de instituições supranacionais, de Estado e privadas, como Unesco, Ministério da Cultura e Sebrae.

### **4. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

No cenário de mercantilização da cultura, há uma discussão sobre a adoção do termo “economia/indústria criativa” em substituição a “indústria cultural”, que, segundo Bolaño, Lopes e Santos (2016) trata-se de uma discussão semântica, com repercussões políticas, relacionadas à subsunção do trabalho cultural. Para Lopes e Santos (2011), ocorre uma redução do conceito operada pelo deslize semântico da cultura à criatividade.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

Introduzido na década de 1940, pelos representantes da Escola de Frankfurt, Adorno e Horkheimer, o termo Indústria Cultural trazia em seu conceito uma crítica à mercantilização e padronização da cultura, à submissão da produção cultural aos princípios da produção econômica geral, à lógica comercial. De acordo com Subtil (2008), tais representantes criaram a expressão Indústria Cultural como processo de industrialização que organiza a produção artística e cultural no contexto das relações capitalistas de produção, para ser lançada no mercado, vendida e consumida como qualquer mercadoria.

Foi o Governo Australiano, em 1994, que inseriu primeiramente o conceito de Economia/Indústria Criativa, o qual se expandiu até o Reino Unido. Este, por sua vez, passou a enxergar nas indústrias criativas um setor da economia, admitindo a necessidade de políticas públicas específicas capazes de fomentar o seu relevante ritmo de crescimento.

Machado (2009) afirma que a classificação economia criativa toma como ponto de partida o princípio de que os bens e serviços culturais trazem em si um valor cultural e um valor econômico. Dentro dessa perspectiva, os termos que compõem a expressão – economia e criatividade – são compreendidos não como duas instâncias que se contradizem, mas como duas esferas que podem ser conciliáveis sem uma anular a outra. Além disso, incorpora uma série de atividades que remetem para a questão da diversidade cultural.

Pode-se dizer que a tendência em substituir o termo indústria cultural [...] parece apontar para duas preocupações por parte dos adeptos dessas categorias: 1. Afastar a dimensão negativa e crítica encerrada no conceito analítico de indústria cultural, tal como desenvolvido pela Escola de Frankfurt; 2. A necessidade de encontrar uma denominação que dê conta de uma série de atividades não contempladas pelo conceito de indústria cultural. (MACHADO, 2009, p. 92)



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

Conforme o departamento de cultura, mídia e esporte do Reino Unido, as indústrias criativas abrangem os setores de: publicidade, arquitetura, artes e antiguidades, artesanato, *design*, alta costura, filmes e vídeos, *software* interativo de lazer, música, artes cênicas, editoras, serviços de *software* e computadores, televisão e rádio, mobília de *design*, moda, produção audiovisual, *design* gráfico, *software* educacional, artes performativas e entretenimento, internet, artes visuais e editoração; podendo ser um conceito muito mais abrangente, uma vez que é fundamentado na inovação e na criatividade (BRITTOS & MIGUEL, 2008).

Por essa abrangência, cujo resultado é um conceito pouco operacional, Brittos & Miguel (2008) enfatizaram que a noção de indústrias culturais não deve ser perdida como expressão resumo de organização das dinâmicas de produção e distribuição da cultura no capitalismo.

Conforme Madeira (2014) salienta, a mudança de nomenclatura não deve ser ignorada, pois uma alteração semântica nunca ocorre despropositadamente, pelo contrário, indica mudanças: nas ideias, nas instituições e na própria sociedade, constituindo, portanto, um fenômeno histórico. Assim,

Enquanto as indústrias culturais foram associadas ao aspecto pejorativo da produção cultural, as indústrias criativas, mais recentes, são consideradas do ponto de vista de suas possibilidades como instrumento político a serviço de mudanças econômicas e, portanto, têm sido utilizadas para neutralizar o ranço ideológico negativo incrustado no conceito anterior. Tais possibilidades, por sua vez, remetem à qualidade de criativo em oposição à de cultural, mais restrita e historicamente estabelecida. (MADEIRA, 2014, p.60)



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

Desse modo, com a revisão de literatura realizada e a apropriação dos resultados da pesquisa PIBIC 2016/2017, constatou-se a influência da perspectiva europeia sobre a brasileira quanto ao papel da cultura na economia:

A União Europeia salienta a função transversal da cultura; as relações entre cultura e criatividade como fatores determinantes do desenvolvimento pessoal, da coesão social, do crescimento econômico, da criação de emprego, da inovação e da competitividade; e ainda os fortes laços que unem a cultura e o desenvolvimento: “O papel da cultura no apoio e fomento da criatividade e da inovação deve ser explorado e promovido. A criatividade é a base para a inovação social e tecnológica, constituindo, por conseguinte, um importante propulsor de crescimento, de competitividade e de emprego na UE (CE, 2007: 10).

Essa perspectiva foi identificada, especialmente, ao realizar o levantamento de informações a respeito das temáticas da economia criativa e do empreendedorismo cultural nos documentos oficiais de instituições supranacionais de Estado e privadas, como Unesco, Ministério da Cultura e Sebrae. Os dois primeiros são propulsores e incentivadores de políticas culturais, atuando por meio de ações e programas de fomento a cultura e de forma integrada.

**a. Unesco**

A Unesco, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, é a agência das Nações Unidas que atua nas áreas da Educação, Ciências Naturais, Ciências Humanas e Sociais, Cultura e Comunicação e Informação, cuja ação se dá pelo desenvolvimento de “projetos de cooperação técnica em parceria com o governo, a sociedade civil e a iniciativa privada, além de auxiliar na formulação de políticas públicas





**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

que estejam em sintonia com as metas acordadas entre os Estados Membros da Organização”.<sup>1</sup>

Em seu *Relatório de Economia Criativa 2010 – Economia Criativa: Uma opção de desenvolvimento viável*, a Unesco mostra que enxerga a economia criativa como uma questão atual e importante da agenda econômica e, se devidamente estimulada, “a criatividade incentiva a cultura, infunde um desenvolvimento centrado no ser humano e constitui o ingrediente chave para a criação de trabalho, inovação e comércio, ao mesmo tempo em que contribui para a inclusão social, diversidade cultural e sustentabilidade ambiental”.

Quanto à definição de economia criativa, a Unesco faz uso do conceito adotado na *XI Conferência Ministerial da UNCTAD* (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) em 2004. Dessa forma, a “economia criativa” é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico. Ela pode estimular a geração de renda, criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. Abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo, sendo um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral. É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial, de modo que, no centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas.

Sobre as indústrias criativas, a Unesco adota ainda o seguinte conceito, definido pela UNCTAD: as indústrias criativas são os ciclos de criação, produção e distribuição de

---

<sup>1</sup> Trecho retirado do site da instituição: <https://nacoesunidas.org/agencia/unesco/>. Acesso em: 04 jan. 2017.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente gerem receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais e constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial.

A entidade também faz uso da expressão Indústrias Culturais, todavia, diferente do conceito da Escola de Frankfurt, são tidas como indústrias que “combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais por natureza. Esses conteúdos são tipicamente protegidos por direitos autorais e podem assumir a forma de produtos e serviços” como também são “centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia do acesso democrático à cultura”, possuindo assim uma natureza dupla que combina o cultural e o econômico. Além disso, compõem, na verdade, um subconjunto das indústrias criativas, visto que na classificação da UNCTAD as indústrias criativas são divididas em quatro grandes grupos: patrimônio, artes, mídia e criações funcionais.

Em relação ao trabalhador cultural, ou “classe criativa” como encontrado no documento, é dito que sua função econômica é criar ideias, novas tecnologias e conteúdos criativos. A “classe criativa” é composta por “pessoas que acrescentam valor econômico por meio da criatividade. Os valores da classe criativa são a individualidade, meritocracia, diversidade e abertura”. Além disso, ao abordar a ideia do empreendedorismo cultural/criativo, há o entendimento de que o mesmo se tornou uma filosofia organizacional para o século XXI, lidando com a formação estratégica, design organizacional e liderança em um contexto cultural, os empreendedores de sucesso são capazes de transformar ideias em produtos e serviços criativos para a sociedade.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

**b. Ministério da Cultura (MinC)**

O Ministério da Cultura é o órgão do Estado responsável pela política nacional de cultura e a proteção do patrimônio histórico e cultural. É por meio da Secretaria da Economia Criativa<sup>2</sup> (SEC) que o MinC atua nesse segmento, a qual tem sob sua responsabilidade “formular, implementar e articular linhas de financiamento para empreendimentos culturais, contribuir para a formulação e a implementação de ferramentas e modelos de negócio sustentáveis para empreendimentos culturais, instituir e apoiar ações de promoção dos bens e serviços culturais brasileiros no País e no exterior, articular e conduzir o mapeamento da economia da cultura brasileira, coordenar a formulação e a implementação da política do Ministério da Cultura sobre direitos autorais e criar mecanismos de consolidação institucional de medidas e instrumentos de regulação da economia da cultura”.<sup>3</sup>

Em substituição ao termo “indústrias”, no *Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações de 2011 a 2014*, o MinC utiliza a expressão “setores criativos” como representativos dos mais variados empreendimentos que constituem a Economia Criativa, sendo definidos como “aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social”. Todavia, são constituídos pelas mesmas categorias usadas pela Unesco.

Nesse mesmo documento, o MinC caracteriza a economia criativa como sendo a economia do intangível, do simbólico. “Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos”.

---

<sup>2</sup> A Secretaria da Economia Criativa foi instituída em 2011, pela então ministra Ana de Hollanda.

<sup>3</sup> Trecho retirado do site da instituição: <http://www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-da-cultura1>. Acesso em: 20 dez. 2017.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

No documento *Relatório Final do Desenvolvimento do Programa Nacional de Economia da Cultura* (2016), o MinC caracteriza a cultura como um vetor essencial para o desenvolvimento sustentável, ressaltando o papel dos setores culturais na diversidade da economia brasileira, assim como a contribuição deles para a produção de riqueza nacional, constituindo uma parcela significativa da cesta de exportação brasileira e mobilizando um mercado interno de bilhões de dólares. Através das metas estipuladas no Plano Nacional da Cultura, o MinC faz uso do conceito de cultura que une três dimensões: simbólica, cidadã e econômica.

Em geral, o MinC utiliza as definições e conceitos consonantes aos da Unesco.

**c. Sebrae**

O Sebrae (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) é uma entidade privada, cuja atuação no segmento da Economia Criativa se dá “com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios” por meio de “educação empreendedora; capacitação dos empreendedores e empresários; articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável; acesso a novos mercados; acesso à tecnologia e inovação; orientação para o acesso aos serviços financeiros”<sup>4</sup>. Sendo assim, o Sebrae possui uma gama de documentos (cartilhas e artigos), cujo teor envolve a formação/capacitação de empreendedores no segmento criativo.

No documento *Termo de Referência: Atuação do Sistema Sebrae na Economia Criativa* (2012), o Sebrae definiu economia criativa como sendo o conjunto de negócios intensivos em conhecimento e baseados no capital intelectual, cultural e na criatividade, gerando valor econômico. Baseando sua atuação nessa definição, afirma que é “preciso transformar a

---

<sup>4</sup> Trecho retirado do site da instituição:

[http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais\\_adicionais/o\\_que\\_fazemos](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos). Acesso em: 22 dez. 2017.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

habilidade criativa natural em ativo econômico e recurso para o desenvolvimento de negócios duradouros”.

Ainda nesse documento, o Sebrae considera quatro princípios norteadores da economia criativa: a importância da diversidade cultural do País; a percepção da sustentabilidade como fator de desenvolvimento local e regional; a inovação como vetor de desenvolvimento da cultura e das expressões de vanguarda; a inclusão produtiva com base em uma economia cooperativa e solidária.

Na cartilha *O Microempreendedor Individual e a Economia Criativa*, o Sebrae se alinha à visão proposta pela Unesco, semelhantemente pelo Ministério da Cultura, quanto as categorias que compõem as Indústrias Criativas, atendendo, portanto, as atividades ligadas a: arquitetura, expressões culturais (artesanato, arte popular e festa popular), artes visuais, audiovisual (cinema, televisão e publicidade), design, digital (games, aplicativos e startups), editoração, moda, música, comunicação (TV e rádio).

Além disso, possui a geração de negócios como visão estratégica em relação a atuação com os empreendimentos criativos.

É sobre o disciplinado trabalhador cultural no discurso do empreendedorismo que William Dias Braga faz a reflexão a seguir, apontando as consequências desse doutrinamento sobre o indivíduo:

[...] o discurso sobre a criatividade e o trabalho cultural exerce influência na compreensão e conceitualização do trabalho, da subjetividade e da sociedade como um todo. Se exige que os trabalhadores desenvolvam seu “potencial criativo”, pois são “obrigados a ser livres”, “terem iniciativa própria” e usem seu “talento” para que eles sejam



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

seus próprios produtores, e a fonte de seus próprios ganhos[...].

A produção cultural, sob a bandeira do “espírito empresarial criativo”, submete a maioria dos indivíduos chamados “criativos” ao regime de trabalho autônomo, temporário ou freelance, em que a regra é a precarização do trabalho e da vida inteira[...] (BRAGA, 2015, p. 225).

Hesmondhalgh (2015) afirma que muitos trabalhadores toleram pagamentos míseros, longas horas de trabalho e condições difíceis, a fim de meramente ganhar postos de trabalho, mesmo com muito baixos níveis de segurança e proteção.

Na ideia de Braga (2015) de que “o trabalhador já não é um simples fator de produção, o indivíduo não é, falando com propriedade, uma força de trabalho, mas um capital competitivo, uma máquina competidora”, encaixa-se o perfil dos músicos sergipanos, analisados na pesquisa referente ao PIBIC 2016/2017, os quais, em sua maioria, adotam o papel de músico empreendedor, exercendo múltiplas funções, a fim de estarem adequados a realidade do mercado.

## **5. CONCLUSÕES**

Nesse cenário do emprego das indústrias criativas como propulsoras de desenvolvimento, assim como do incentivo ao empreendedorismo cultural como meio de geração de renda, Braga (2015, p. 226) afirma que:

Estamos diante de uma nova divisão internacional de trabalho cultural, quando se funda uma complexa economia da indústria de serviços, informação e cultura, e quando os setores culturais e criativos passam a se constituir como fonte de ideias



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

inovadoras, que podem ser transformadas em produtos e serviços (que geram crescimento e postos de trabalho) e ajudam a fazer face às mudanças da sociedade. Sobretudo quando se espera que a excelência e a competitividade nestes setores sejam o resultado dos esforços desenvolvidos pelos artistas, pelos criadores e pelos profissionais, que precisam ser incentivados, e passam a ser os artífices da ascensão social.

Portanto, ficou evidente a adequação a essa Nova Divisão Internacional do Trabalho Cultural nas propostas para o setor cultural das instituições pesquisadas, assim como, por meio da investigação realizada em pesquisa prévia, que os trabalhadores culturais, em específico, os músicos sergipanos, também estão acompanhando e se adaptando a essa realidade.

## **6. PERSPECTIVAS**

As perspectivas pós conclusão desta etapa da pesquisa envolvem a possibilidade de apresentação do trabalho em eventos acadêmicos.

Além disso, o projeto PIBIC permitiu também o contato e integração com o Observatório de Economia e Comunicação da UFS, de modo que a pretensão é dar continuidade a esse contato.

## **7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ATTALI, J. (1995). Ruidos. Ensayo sobre la economia política de la musica. Mexico: Siglo XXI Editores;



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

BOLAÑO, C. (2010). “Economia política da comunicação e da cultura. Breve genealogia do campo e das taxonomias das indústrias culturais”. BOLAÑO, C; GOLIN, C; BRITTOS, V. Economia da arte e da cultura. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010. Cap. 3, pp. 33 – 50;

BOLAÑO, C. (2011). “Indústrias criativas e os conceitos de cultura, inovação e criatividade em Celso Furtado”. Políticas Culturais em Revista, v. 4, n. 2, pp. 3 – 14;

BOLAÑO, C; LOPES, R.; SANTOS, V. (2016). "Uma economia política da cultura e da criatividade". LEITÃO, C. & MACHADO, A. F. Por um Brasil Criativo: significativos, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira. Belo Horizonte: Código, pp. 9-23;

BRAGA, W. (2015). "Novas Identidades para o Novo Mundo do Trabalho através da Cultura: velho mantra do canibalismo revisitado". Revista Eptic, v. 17, n. 1, pp. 218-235;

BRITTOS, V.C; MIGUEL, J. (2006). “Indústria Cultural: conceito, especificidades e atualidade no capitalismo contemporâneo”. BRITTOS, V. C; CABRAL, A. Economia Política da Comunicação: Interfaces Brasileiras. Rio de Janeiro: e-papers, 2008. Cap. 2, pp. 37 – 56;

DEHEINZELIN, L. “Cultura e Negócios, Rumo à Economia Criativa”. Sebrae: Alagoas, 2006;

FONSECA, V. (2003). “Indústrias Culturais e Capitalismo no Brasil”. Em Questão, Porto Alegre, v. 9, n. 2, pp. 309 – 326;

HESMONDHALGH, D. (2015). “Conteúdo gerado pelo usuário, “trabalho livre” e as indústrias culturais”. Revista Eptic, v. 17, n. 1, pp. 161 – 184;

HERSCOVICI, A. (2014). “Economia Política Da Comunicação: uma tentativa de definição epistemológica”. Revista Eptic Online, v. 16, n. 3, pp. 84 – 98;

LOPES, R. (2016). “Economia Política da Comunicação e da Cultura: aportes para a formação de um campo disciplinar”. PragMatizes: Revista Latino Americana de Estudos em Cultura, v. 6, n. 10, pp. 9 – 19;

LOPES, R; SANTOS, V. (2018) “Economia, cultura e criatividade: tensões e contradições”. Disponível em: < <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia-e-Redes-Sociais/Economia-cultura-e-criatividade-tensoes-e-contradicoes-/12/16464> >. Acesso em: 28 jun. 2018;





**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

MACHADO, R. (2009). “Da indústria cultural à economia criativa”. Alceu, v. 9, n.18, pp. 83 – 95;

MADEIRA, M. “Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira”. Brasília: FUNAG, 2014;

MORELLI, R. . (2009). Indústria Fonográfica: um estudo antropológico. 2ª ed. Campinas: Editora da Unicamp;

REIS, A; DEHEINZELIN, L. “Cadernos de Economia Criativa: Economia Criativa e Desenvolvimento Local”. Sebrae, 2008;

SERAFIM, M. et al. “Economia Criativa ou Indústria Criativa: Delimitação de um Conceito em Construção”. In: VII Encontro de Economia Catarinense, 2013. Florianópolis: UFSC, 2013;

SUBTIL, M. (2008) “Reflexões Sobre Arte e Indústria Cultural”. Linhas Críticas, v. 14, n. 27, pp. 282 – 300;

VALIATI, L; FIALHO, A. “Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I”. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017;

VALIATI, L; FIALHO, A. “Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia II”. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017;

MINISTÉRIO DA CULTURA. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/>> Acesso em: 20 de dezembro de 2017;

SEBRAE. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>> Acesso em: 22 de dezembro de 2017;

UNESCO. Disponível em: <<https://en.unesco.org/>> Acesso em: 4 de janeiro de 2017;

RELATÓRIO DE ECONOMIA CRIATIVA 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento”. São Paulo : Itaú Cultural, 2012;

RELATÓRIO FINAL: Desenvolvimento do Programa Nacional de Economia da Cultura. MINISTÉRIO DA CULTURA, 2016;



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA**

MINISTÉRIO DA CULTURA. “Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014”. Brasília, Ministério da Cultura, 2011;

O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL E A ECONOMIA CRIATIVA. Sebrae, 2018;

TERMO DE REFERÊNCIA: Atuação do Sistema Sebrae na Economia Criativa. Sebrae, 2012;

## **8. OUTRAS ATIVIDADES**

Além das reuniões com a orientadora da pesquisa para discussão do conteúdo lido, base da pesquisa, e orientação dos passos a serem seguidos, houve também a participação nas atividades promovidas pelo OBSCOM - UFS, incluindo seminários, palestras e reuniões semanais com os colaboradores do observatório de economia e comunicação.

Acrescenta ainda a participação no XV Seminário Obscom/Cepos: Economia Política, Comunicação e Africanidades e demais eventos ocorridos na IV SEMAC, a exemplo do In – Comunicações 2017. Assim como a participação, com elaboração de resumo expandido e apresentação oral, no XVI Seminário Obscom/Cepos.